

Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine.

Redaktion: Dr. Hans Müller.

III. Jahrgang. | Basel, 28. März 1903. | Nr. 13.

Abonnementspreis:
Schweiz per Post Fr. 4.— per Jahr
" " " Fr. 2.50 per Halbjahr
(für Verbandsvereine)
bei Bezug von 3 Expl. Fr. 10.— per Jahr
" " " 10 " " 25.— " "
Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 per Jahr.

Insertionspreis:
Für die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 40 Cts. (Verbandsvereine 25 Cts.)
Bei mehrmaliger Aufnahme Rabatt.
Aufnahme in die Adressentafel empfehlenswerter Bezugsquellen per Jahr Fr. 75.
Die Administration behält sich vor, ungeeignete Aufträge zurückzuweisen.

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu größerem Wohlstand und höherer socialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Erscheinungsweise:
Wöchentlich einmal
im Umfang von 8—12 Seiten.

Einsendungen
für den redaktionellen Teil, Abonnements- und Insertionsaufträge, sowie Reklamationen wegen unregelmäßiger Zustellung des Blattes sind zu richten an das Sekretariat des Verbands schweizer. Konsumvereine, Basel, Thiersteinerallee 14.

Abdruck
aller Artikel bei vollständiger Quellenangabe gestattet.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Angebot.

Tüchtiger, solider, verheirateter **Oberbäcker**, z. Z. als solcher in grösserer Konsumbäckerei tätig, sucht auf Anfang Juni a. c. Stelle zu ändern. Reflektant ist mit den modernen Backofensystemen, sowie dem Maschinenbetrieb vertraut. Offerten unter Chiffre S. N. 25 gefl. an die Expedition.

Nachfrage.

On demande pour fin avril une jeune fille instruite et si possible connaissant déjà un peu le service pour magasin de Consommation.

Adresser les offres au magasin de Consommation Vallorbe.

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine.

Redaktion: Dr. Hans Müller.

III. Jahrgang. Basel, den 28. März 1903. Nr. 13.

Die Konsumgenossenschaften in Dänemark und ihre Großeinkaufsgesellschaft.

Von Julius E. Eskildsen in Kopenhagen.

Die dänischen Konsumgenossenschaften entwickeln sich in überaus erfreulicher Weise; zahlreiche neue Vereine werden ins Leben gerufen, während die bereits vorhandenen sowohl ihren Mitgliederbestand als auch den Warenumsatz vermehren. Lange Zeit über wurde die Genossenschaftsbewegung fast ausschließlich von den Bauern und Landarbeitern getragen, und erst verhältnismäßig spät fand die gute Sache auch in den Städten Anhänger. Die Hauptstadt Kopenhagen zählt gegenwärtig drei Konsumvereine.

Einer amtlichen Statistik zufolge, gab es in Dänemark im Jahre 1899 837 Konsumvereine mit 130,331 Mitgliedern. Aus einem spätern Zeitpunkte besitzen wir keine Erhebungen mehr, doch scheint es nicht zu hoch gegriffen, wenn wir ihre Zahl heute auf ca. 1000, ihren Mitgliederbestand auf ca. 140,000 schätzen. Nach den Angaben der „Großeinkaufsgesellschaft dänischer Konsumvereine" betrug der Durchschnittsumsatz eines Vereins im Jahre 1900 Fr. 38,396, eines einzelnen Mitglieds Fr. 309. Die durchschnittliche Mitgliederzahl belief sich im Jahre 1901 auf 133 gegenüber 99 im Jahre 1899. Jeder Konsumverein gewährt eine durchschnittliche Rückvergütung von 6,94%, was für 1000 Vereine mit einem Umsatz von 30,000,000 Kronen (40,000,000 Fr.) einen Ueberschuß von mehr als zwei Millionen Kronen oder 2,700,000 Fr. ergibt.

Der erste nach englischem Muster gegründete dänische Konsumverein war der Arbeiterverein in Thisted, einer kleinen Stadt des nordwestlichen Jütlands. Der dortige Pfarrer Sonne hatte ihn Ende der 60er Jahre ins Leben gerufen. Pastor Sonne war ein Mann von ehrlichem, tiefem Gemüt, dem es um die Besserung der Lebensbedingungen des armen Volkes zu tun war. Er hatte von der englischen Genossenschaftsbewegung gehört und erkannt, daß mittelst Konsumvereinen auch den Unbemittelten geholfen werden könne. Trotz vielfacher Anfeindungen ließ sich der wackere Geistliche nicht davon abhalten, einen Arbeiterverein in Thisted ins Leben zu rufen, dem weitere Gründungen nachfolgten. Später tauchte dann der Gedanke auf, die verschiedenen Konsumvereine zu einem Verbande zu vereinigen, um dem Genossenschaftswesen eine stärkere Organisation zu geben. An einer Versammlung, die am 7. August 1871 in der Universität Kopenhagens stattfand, wurde dieser Gedanke bereits verwirklicht, indem man die „Faellesforeningen for Danmarks Husholdningsforeninger" ins Leben rief, welche man sich als Einkaufsverein der Konsumgenossenschaften dachte. Derselbe erwies sich jedoch nicht als lebenskräftig; er erreichte 1873 seinen höchsten Umsatz, um 1876 ganz aufzuhören. Eine zweite, ähnliche Gründung im Jahre 1884 erlebte das gleiche Schicksal. Sie wurde 1888 mit der neu gegründeten „Faellesforeningen af jydske Brugsforeninger" verschmolzen, einem Institut, das rasch aufblühte, wie aus nachfolgenden Ziffern ersichtlich ist:

	Jahresumsatz:		Nettoüberschuß:	
1888	184,345	Fr.	552	Fr.
1889	698,295	„	4,348	„
1890	981,019	„	6,902	„
1891	1,293,375	„	17,685	„
1892	1,627,668	„	30,838	„
1893	2,056,089	„	39,016	„
1894	2,953,466	„	49,058	„
1895	3,478,275	„	93,075	„
1896	5,637,697	„	145,484	„
1897	7,865,783	„	216,002	„
1898	9,867,746	„	309,417	„
1899	11,822,717	„	411,478	„
1900	14,872,914	„	480,128	„
1901	18,242,375	„	651,279	„
1902	22,835,374	„	868,228	„

Die Großeinkaufsgesellschaft hat im Jahrfünft 1898/1902 einen Reingewinn von über 2,015,000 Kronen (oder 2,720,000 Fr.) erzielt, welcher vornehmlich den untern Bevölkerungsschichten zu gut kommt. Zehn Jahre früher hätte niemand geahnt, daß das Unternehmen, dem sich anfänglich 28 Konsumvereine anschlossen, einen so großartigen Aufschwung nehmen und sich zu einem der größten Geschäfte des Königreiches auswachsen würde, das bei Freund und Feind Respekt einflößt. Die Großeinkaufsgesellschaft besitzt zahlreiche Gebäude und Grundstücke in Kopenhagen, Aarhus und Esbyerg.

Die Zentralstelle befindet sich in der Hauptstadt Kopenhagen, wo unweit des Freihafens und Hafens ein gewaltiges Gebäude steht, das der Großeinkaufsgesellschaft gehört. Dort befindet sich in den untern Räumen das Comptoir, in dem ein überaus reges geschäftliches Leben herrscht und der Menschenstrom unaufhörlich hin- und herwogt. Die Arbeitsräume sind alle aufs schönste und praktischste eingerichtet, sogar das elektrische Licht fehlt nicht. Die Lagerräume, die ebenfalls elektrisch erleuchtet werden, bergen ungeheure Warenmassen aus aller Herren Länder. Eine stattliche Zahl Arbeiter ist mit dem Ein- und Ausladen derselben beschäftigt. Im ersten Stockwerke des großen Gebäudes befinden sich das Manufakturwarenlager, die Tuchwaren und Hemdenstoffe. Wir können uns einen Begriff machen von den dort lagernden Massen, wenn wir erwägen, daß damit die Einwohner einer mittleren Stadt gekleidet werden könnten. In einem andern Stockwerk befindet sich das Theelager und zuoberst das Samenlager. Mit den neuesten Maschinen werden hier die Samen gereinigt und geprüft. Verkauft wurden im vergangenen Jahre 1,750,000 Pfund Sämereien.

Mit dem Handel geht auch die Produktion Hand in Hand und es besitzt die Gesellschaft einige produktive Betriebe. In Kolding wurden 1901 ca. 500,000 Pfund Kaffee geröstet, sowie 120,000 Pfund Chokolade und 36,000 Pfund Zuckerwaren hergestellt. In Esbyerg sind über 50 Personen tätig und in Aarhus befindet sich ein

Eisenwarenlager, das 1901 einen Umsatz von 896,400 Fr. zu verzeichnen hatte.

Der Umsatz betrug in den Jahren

	1901	und 1902
Kolonialwaren	13,378,500	16,412,233
Manufakturwaren	1,171,800	1,450,673
Eisenwaren	896,400	1,214,939
Samen	753,300	844,443
Gerösteter Kaffee	650,150	838,841
Chokolade	162,000	202,910
Zuckerwaren	47,250	81,122
Wein 2c.	396,900	—
Thee	63,450	76,032
Cykles	56,700	34,653

Alle Genossenschaften Dänemarks (Konsumvereine, Molkerei-, Schlächterei- und Eiergenossenschaften u. s. w.) hatten im Jahre 1900 einen Umsatz von 229 Millionen Fr.
1901 " " " 256 " "
1902 " " " 270 " "

Wenn man bedenkt, daß die Landwirtschaft im Jahre 1901 für 353 Millionen Franken (90%), die Industrie für 28 Millionen (7%) und die Fischerei für 11 Mill. (3%) verkaufte, so gewinnt man umso eher die Ueberzeugung, daß das kleine Inselreich in den vordersten Reihen der Genossenschaftsbewegung marschiert.

Ein reaktionärer Nationalratsbeschluß.

Kaum daß der Zolltarif angenommen ist, wird auch schon wieder ein neuer Schritt zur Schädigung der Konsumenten unternommen. Könnte noch ein Zweifel darüber bestehen, daß unsere schweizer Wirtschaftspolitik in ein reaktionäres Fahrwasser geraten ist, so beseitigt ihn der Beschluß des Nationalrates auf Revision des Artikels 32 bis im Sinne der Abschaffung des steuerfreien Zweiliterverkaufs von Wein und Bier. Wie beim Zolltarif, so haben auch hier die Sonderinteressen, und zwar die der Wirte, den Sieg über die Interessen der Allgemeinheit davongetragen. Darüber kann auch die Bemäntelung des nationalrätlichen Beschlusses, aus sanitarischen Gründen müsse dem Alkoholkonsum entgegengearbeitet werden, nicht hinwegtäuschen.

Da wir noch öfters Gelegenheit haben werden, uns mit dem sog. Zweiliterartikel zu beschäftigen, so beschränken wir uns heute darauf, das Wichtigste aus den Verhandlungen des Nationalrats mitzuteilen, wobei wir jedoch nicht unterlassen wollen, Hrn. Nationalrat Gschwind dafür unsern Dank auszusprechen, daß er die allgemeinen Konsumenteninteressen in dieser Frage energisch im Parlament wahrgenommen hat.

In der Sitzung des Nationalrats vom 19. März referierte zunächst Fonjallaz für die Kommissionsmehrheit, welche den Bundesrats-Entwurf vom 15. März 1901 annimmt, wodurch die Grenze des freien Verkaufs von geistigen Getränken von 2 auf 10 Liter hinaufgerückt wird. Das Referat fällt sehr kurz aus und begründet den Antrag mit der Gefährlichkeit der sogenannten Zweiliterwirtschaften für Volkswohl und Mäßigkeit, sowie als Konkurrenz der eigentlichen Wirtschaften. Den Kantonen wird anheimgegeben, Selbstproduzenten oder anständige Konsumgesellschaften, welche Kleinverkauf von Bier und Wein betreiben, steuerfrei zu lassen.

Ming holt zu einem längeren Vortrage aus und singt als überzeugter Abstinent das Lied vom Ruine der Volksgesundheit und Moral unter dem bösen Einflusse des freien Kleinverkaufs von Wein und Bier.

Namentlich die billigen Preise der Südweine haben noch mitgewirkt zur Vermehrung der Trunksucht. Der große Einfluß des Art. 32 bis auf den Branntwein- und Alkoholgenuß sei nicht so groß wie man gehofft. 14—16 Liter per Kopf hat Herr Milliet immer noch berechnet. Wir stehen zwar damit nicht an der Spitze, aber nähern uns ihr mehr als dem Ende der Stufenleiter unter allen Völkern. Unter allen Polizeimaßregeln ist die Besteuerung die wenigst gehässige. Empfiehlt Eintreten und Annahme des Antrages.

Gschwind als Minderheitsreferent findet es selber kurios, daß er seinem „Milchbruder" Ming entgegentreten und als Abstinent Nichteintreten beantragen müsse, findet aber gerade die gegenteiligen Folgen der beantragten Revision heraus.

Der Alkoholismus würde gerade in seiner schlimmsten Form, dem Wirtshausbesuche und Schnapsgenuß, erstarken. Trotz großem Ohmgeld war der letztere im Jura vor dem Alkoholmonopol groß. Bierpest ist noch lange nicht so schlimm wie die Schnapspest.

In Appenzell A.-Rh. existiert volle Freiheit in Bezug auf jedes Maß. Dort sind keineswegs die Verhältnisse am schlechtesten. Dem Doppelliter wird vorgehalten, es sei für die Polizei schwer Kontrolle zu üben in den sogen. Doppelliterwirtschaften. Der Name ist aber unrichtig.

Die Polizei braucht keine solchen „Wirtschaften" zu dulden. Die Lebensmittelkontrolle ist gerade in Appenzell A.-Rh. sehr streng. Den Trunk bei Frauen auszurotten, ist nicht die Abschaffung des Doppelliters geeignet. Warum sollen wir alle Leute den Wirten in die Hände liefern, wo sie für kleinere Quantitäten wesentlich mehr bezahlen müssen. Die wahren Urheber dieser Bewegung sind die Wirte. Diese haben die Abstinenten auf die Beine gebracht, welche gutmütig genug waren, alles zu glauben.

Der Bedürfnisartikel hat den Preis der Liegenschaften gesteigert, denn er wirkt privilegierend. Selbstredend tragen die Konsumenten das Plus.

Redner zitiert die Erfahrungen von Baselstadt und Baselland. In letzterem Halbkanton verminderte sich die Zahl der Wirtschaften unter der freien Konkurrenz, und vermehrte sich unter dem Bedürfnisartikel. Die Wirte haben hiezu die Anregung gegeben. Jetzt wollen die Wirte auch nicht den Konsum, sondern die Konkurrenz verringern. Damit würden die Wirtschaften noch mehr im Werte steigen. Die sogenannten Kleinpatente unter das Prinzip des Bedürfnisses zu stellen, ist in Basel mißlungen. Von allen Kantonen haben nur 10 sich für die Kleinpatente ausgesprochen. Das Gesetz trifft in seinen Folgen die Arbeiter, welche wir mit großer Mühe vom Schnaps erlöst haben. Ist es der Mühe wert, wegen der Zweiliterwirtschaften eine Bundesrevision ins Werk zu setzen, nachdem wir nicht den Mut hatten, die 35,000 Brennhäfen, die ganz unkontrollierbar ihr Wesen treiben, abzuschaffen? Befriedigend wird die Frage nur dann gelöst, wenn alles dem Bundesmonopol unterstellt wird. Gschwind beantragt Nichteintreten.

Vigier wendet sich gegen den Vorredner, weil derselbe die „moralische" Seite vernachlässigt und nur die volkswirtschaftliche berücksichtigte.

Den Wirten haben sich viele andere Volkskreise angeschlossen im Kampfe gegen den „Doppelliter" — d. h. außerhalb den Wirtschaften selbst. Bern hat aus wohlerwogenen Gründen denselben aufgenommen. Solothurn gehört leider auch zu den sogen. Schnapskantonen, aber gerade darum ist dort die Bewegung gegen den Doppelliter gewachsen. In Appenzell A.-Rh. kommt auf 88 Köpfe eine Wirtschaft; der Kanton erhält also nicht die beste Note. Vigier unterstützt die Revision aus allgemeinen Gründen der Volkswohlfahrt.(?)

Bundesrat Ruchet führt die Weineinfuhr, welche sich verdoppelte, und die Fabrikation von Kunstwein als Beweis dafür an, daß der Rückgang des Schnapsgenusses einfach dem Alkoholgenuß in anderer Form förderlich gewesen. Und dieser ist nicht unschädlich. Er vergiftet nur etwas langsamer. Den Kantonen bleibt übrigens die Freiheit gewahrt, zu besteuern oder nicht.

Steiger (Bern) meldet aus den Berichten der Regierungsstatthalter in Bern, daß die kleinen Weinhändler ebensoviel Schaden anrichten wie früher die Brenner. Die gesamte ländliche Bevölkerung verlangt bei uns Maßregeln gegen den Doppelliter. Den Verkauf des Eigenproduktes will man nicht hindern. Bern läßt in frei. Das Schweizer Volk wird die Revision begrüßen.

Brüstlein stellt den Revisionsantrag als direkte Umkehr von den früheren Motiven zum Erlasse des Alkoholgesetzes dar: die Schnapspest werde wieder eingeführt. Die Kantone flößen ihm kein großes Vertrauen ein, daß sie sich scheuen möchten vor Anwendung der ihnen gegebenen Kompetenz in fiskalischem Interesse und führt Neuenburg als Beispiel an. Die Revision ist als reaktionär dadurch gezeichnet, daß sie Privatinteressen der Wirte mit dem Bundesschutz deckt. Mit witzigen Argumenten würzt der Redner sein Plaidoyer derart, daß er trotz vorgerückter Zeit die gespannte Aufmerksamkeit des Rates sich erzwingt, während vorher die Teilnahmslosigkeit eine unverkennbare war.

Calame antwortet namens der Mehrheit der Kommission. Ebenso ist Steiger wegen einer Bemerkung Brüstleins so erbost, daß er von Verleumdung spricht und die Wirte warm in seinen Schutz nimmt.

Gschwind repliziert.

Soguel wendet sich wegen der Zitation Neuenburgs nochmals gegen Brüstlein.

Der Mehrheitsantrag wird darauf mit 99 gegen 24 Stimmen angenommen, die Revision also beschlossen.

Die Konsumvereine an der Pariser Weltausstellung 1900.

Die Abteilung für Volkswirtschaft an der Pariser Weltausstellung enthielt auch eine Darstellung des Konsumvereinwesens in den verschiedenen Ländern. Es waren da Jahresberichte, größere und kleinere Publikationen, sowie den Abbildungen bemerkenswerter Etablissemente von größten Konsumvereinen ausgestellt, auch führten sorgfältig ausgearbeitete graphische Darstellungen dem Besucher den Werdegang einzelner Vereine und Verbände vor Augen. Unlängst erschienen nun die verschiedenen Juryberichte; denjenigen, welche die einzelnen Abteilungen der 16. Gruppe (Volkswirtschaft) behandeln, schickt der Herausgeber, Herr Prof. Charles Gide eine allgemeine Einleitung*) voraus. Dieser summarische Bericht will eine kurze Uebersicht geben und aus der großen Zahl sozialer Einrichtungen diejenigen hervorheben, die Lebenskraft besitzen und nicht nur für die Gegenwart, sondern auch für die Zukunft von Bedeutung sind. Daß dabei auch die Konsumvereine eine eingehende Würdigung erfahren, ist bei einem so begeisterten Genossenschafter wie Prof. Gide selbstverständlich. Da es unsere Leser interessieren dürfte, das Wichtigste aus dieser Abhandlung zu erfahren, so lassen wir hier einen Auszug daraus folgen.

Was zunächst die Zahl der Konsumvereine in den verschiedenen Ländern anbelangt, so giebt uns Prof. Gide darüber folgende Aufstellung:

Es bestehen Konsumvereine in

Land	Zahl
Frankreich	1641
Deutschland	1528
England	1462
Italien	1100
Dänemark	900
Oesterreich	758
Rußland	652
Belgien	500 (?)
Uebertrag	8541
Schweden	400
Ungarn	382 (?)
Schweiz	347
Spanien	239
Vereinigte Staaten	192
Niederlande	140
Australien	80
Portugal	70
Serbien	28
Norwegen	20 (?)
Japan	20 (?)
Total	10,459.

*) Rapports du Jury international. Introduction général. Sixième partie. Économie sociale par Charles Gide. Paris, 1902.

Diese Ziffern, die der Hauptsache nach am Kongreß in Manchester (Juli 1902) mitgeteilt wurden und die wohl in vielen Fällen zu niedrig gegriffen sind, können uns natürlich nur ein sehr mangelhaftes Bild von der Ausdehnung der Konsumvereinsbewegung geben. Denn diese hängt nicht so sehr davon ab, wie viele Konsumvereine vorhanden sind, als davon, was jene leisten. Von großem Interesse wäre vor allem eine genaue Kenntnis der Mitgliederzahl und des Umsatzes. Hierüber sind nun aber die Angaben sehr mangelhaft und unvollständig. Genaue Angaben in dieser Hinsicht liefern uns nur diejenigen Länder, die Verbände haben und die, wenn auch nicht alle, so doch die Mehrzahl und Blüte der Genossenschaften in sich schließen, und die dabei regelmäßige statistische Enqueten veranstalten, also England, Dänemark, Deutschland und die Schweiz. Immerhin mögen einige Ziffern über die Mitgliederzahl folgen, sowie über den Umsatz im Jahre 1901. Um sich aber ein genaues Bild zu machen von der Stellung, welche die Konsumvereine in den einzelnen Ländern inne haben, muß man Vergleichungen anstellen und die Verhältniszahl zur Gesamtbevölkerung als auch das Mittel des Einkaufs eines einzelnen Mitgliedes berechnen, welch letztere Zahl ein ausgezeichnetes Kriterium für die Beurteilung des Entwicklungsgrades der Genossenschaften bildet.

Land	Mitgliederzahl	Prozent*) der Bevölkerung	Umsatz in Millionen	pro Mitglied
Großbritannien	1 793 770	4,85	1330	742
Deutschland	800 000	1,45	310 (?)	386
Frankreich	500 000	1,3	180 (?)	360
Italien	300 000 (?)	1,0	50 (?)	166(?)
Belgien	300 000 (?)	7,4	?	?
Oesterreich	250 000 (?)	1	85 (?)	340
Dänemark	150 000	6,1	35	233
Schweiz	224 536	3,75	50	405

Was nun die Ausstellungen der einzelnen Länder anbelangt, so fällt in erster Linie Großbritannien in Betracht. Die britischen Genossenschaften hatten nicht einzeln ausgestellt, obschon es äußerst interessant gewesen wäre, einige derselben vertreten zu sehen, wie die der Pioniere von Rochdale, welche wegen ihrer Geschichte Aufmerksamkeit verdienen oder den Konsumverein von Leeds, der wegen seiner enormen Ausdehnung bekannt ist. Einzig der Konsumverein in Breslau mit ca. 80000 Mitgliedern ist demjenigen in Leeds an Mitgliederzahl überlegen, wird aber von ihm bezüglich des Umsatzes weit überholt. Von Bedeutung ist auch der Konsumverein Kettering, durch den das Ideal der Genossenschaftsstadt nahezu verwirklicht wird, da er selbst fast alles produziert, was zur Konsumtion nötig erscheint.

Nichtsdestoweniger war die Ausstellung des britischen Genossenschaftsverbands sehr instruktiv und imposant. Außer einem reichen statistischen Material waren zahlreiche Photographien der schönsten Magazine und Verwaltungs-

*) Diese Prozentziffern sind zu niedrig, denn zu einem Konsumvereinsmitgliede gehören 4—5 Familienangehörige, die Konsumvereinswaren- und -produkte konsumieren.

gebäude ꝛc. zu besichtigen. Die Zahlen bezogen sich auf das Jahr 1899. Wir setzen an ihre Stelle hier die neusten auf das Jahr 1901 bezüglichen Zahlen.

Zahl der Konsumvereine	1462	
Zahl der Mitglieder	1 793 770	
Betriebsmittel	550 000 000	Fr.
Umsatz	1 331 000 000	„
Ueberschuß	227 000 000	„

Diese Ziffern sind in der Tat gewaltig. Was die Mitgliederzahl anbelangt, so kann wohl angenommen werden, daß es sich da vornehmlich um Familienväter handelt, die mindestens ca. 8 Millionen Einwohner vertreten, was einem Fünftel der Bevölkerung Großbritanniens gleichkommt.

Die vorhergehende Tabelle zeigt, daß das Mittel des Gesamtumsatzes pro Mitglied (742 Fr.) fast das doppelte der andern Länder ausmacht. Der Grund dieser Erscheinung liegt sowohl in dem ausgedehnten Geschäftsbetrieb der Genossenschaften als auch in der durch die genossenschaftlichen Bildungsbestrebungen geweckten Treue und Einsicht der Mitglieder.

Die von uns mitgeteilten Ziffern gewinnen an Bedeutung, wenn wir sie mit denjenigen früherer Jahre vergleichen. Dabei tritt ein ununterbrochener Fortschritt zu Tage, der zu der Hoffnung berechtigt, es werde auch künftig eher eine Beschleunigung als ein langsameres Tempo in der Entwicklung des Konsumvereinswesens Platz greifen.

Es betrug die Zahl der

	Mitglieder	Umsatz
1881	547 212	389 Mill. Fr.
1891	1 044 675	772 „ „
1901	1 793 770	1331 „ „

Die Zahl der Mitglieder hat mithin in den letzten zehn Jahren um 750,000 zugenommen, so daß auf das einzelne Geschäftsjahr 75,000 neue Mitglieder fallen, die etwa 350,000—400,000 Personen vertreten, was einer Großstadt entspricht. Mit andern Worten, die Zunahme der genossenschaftlichen Bevölkerung betrug im letzten Dezennium 72 %, während die Zunahme der Bevölkerung überhaupt sich nur auf 12 % belief, so daß, falls diese Progression andauern würde, der Zeitpunkt berechnet werden könnte, in dem die genossenschaftliche Bevölkerung die Gesamtheit der Einwohner Großbritanniens in sich schließen würde.

Die Kraft der britischen Konsumvereine liegt aber nicht nur in ihren vielen Mitgliedern, sondern auch in den großen Betriebsmitteln, über die sie verfügen. Da das vorhandene Kapital in den kommerziellen Unternehmungen nicht vollständig beschäftigt werden kann, so suchen die britischen Konsumvereine es anderweitig anzulegen, sei es nun, daß sie Häuser für die Genossenschaftsmitglieder errichten, sei es daß sie Produktionsgenossenschaften unterstützen oder selbst Werkstätten und Fabriken einrichten. Auf diese Weise sind 390 Millionen Franken angelegt. Indessen ist die Zahl der Vereine, die auf eigene Rechnung produzieren, noch nicht groß; die von ihnen hergestellten Produkte repräsentieren einen Wert von 72 Millionen Franken.

Bei den beiden Großeinkaufs-Verbänden hat jedoch die genossenschaftliche Produktion einen größeren Umfang erlangt, was auch leicht begreiflich ist, da sie nicht nur große Kapitalien zu ihrer Verfügung haben, (62 und 39 Millionen Franken) sondern auch ein gewaltiges Absatzgebiet besitzen, sind doch die Verbandsvereine mit ihren 1,500,000 Mitglieder ihre treuen Kunden. Beide Großeinkaufsverbände produzieren mehr in ihren Fabriken als sämtliche Einzelvereine, nämlich für 104 Millionen Franken oder 18 Prozent ihres Gesamtumsatzes. (Schluß folgt.)

Zur Backofenfrage.

Vom Bäckermeister des Konsumvereins in Oberwinterthur, Herrn K. F., erhalten wir eine Zuschrift, in der dem günstigen Urteil, das der Verfasser des Artikels über die Backofenfrage in letzter Nr. unseres Blattes über das System von Werner & Pfleiderer fällt, beigestimmt wird.

„In meiner Stellung, schreibt Herr K. F., arbeite ich mit einem Ofen der genannten Firma und kann ich die Versicherung abgeben, daß er allen Anforderungen entspricht, die an eine rationelle Anlage gestellt werden können. Diese Werner & Pfleiderer-Oefen werden in verschiedenen Größen hergestellt, je nach den Erfordernissen der betr. Bäckerei. Beide Herde backen gleichmäßig; ein Zeit- oder Wärmeverlust ist ausgeschlossen, da kein Brot umgebacken werden muß. In der Schweiz wurde im Jahre 1897 der erste Dampfbackofen vom Konsumverein in Zürich erstellt; seit dieser Zeit wurde schon eine ansehnliche Zahl dieser Backöfen dem Betrieb übergeben. Nach meiner Ansicht ist es nur noch eine Frage der Zeit, daß dies System in den Genossenschaftsbäckereien zur allgemeinen Einführung gelangt."



Volkswirtschaft.

Steigerung des Milchpreises. Zeitungsmeldungen zufolge bemühen sich die Milchhändler der Stadt Zürich, den Milchpreis von 20 auf 22 Rp. zu erhöhen. Vorbereitet wurde die in Aussicht genommene Milchverteuerung durch die Gründung eines zürcherischen Engros-Milchhändlerverbands. Dieser Verband berief nun auf Sonntag den 22. März die Milchhändler und Landwirte der Stadt Zürich und Umgebung zu einer Versammlung ein, um die Frage des Milchpreisaufschlages zu diskutieren. Ueber diese Versammlung berichten Reporter in der N. Z. Ztg. und im Landboten folgendes:

Es mochten etwa hundert Interessierte der Einladung Folge geleistet haben. Im Namen des Engros-Milchhändlerverbandes referierte Herr Hubschmied über die Lage der Milchhändler in der Stadt Zürich. Er schilderte diese Lage durchaus nicht in rosigen Farben. Der Preis der Milch, wie sie vom Landwirte bezogen werde, sei in den letzten Jahren bedeutend gestiegen, ohne daß die Milchhändler in entsprechendem Maße einen höheren Preis verlangen konnten. Es sei unmöglich, daß ein Milchhändler, der seine Lieferanten bezahlen will, heute noch existieren (?) und etwas verdienen könne. Der Engros-Milchhändlerverband setzt sich nun das bestimmte Ziel, einen Aufschlag der Milch in der Stadt Zürich zu bewirken und die Kleinmilchhändler zu zwingen, mitzumachen. Es wird den Milchhändlern vom Engroshändler die Milch nicht mehr unter 17 Rp. per Liter abgegeben werden und diese selbst sollen dann per Liter 22 Rp. verlangen. Um zu diesem Ziele zu gelangen, müsse der durch gewisse Milchhändler getriebenen Schmutzkonkurrenz durch einheitliches Vorgehen entgegengetreten werden. Das Unterbieten bis auf 16 und 15 Rp. von einzelnen Stadtlieferanten könne nicht länger geduldet werden. Bereits habe auch der Grossistenverband seine Mitglieder verpflichtet, einen Aufschlag von 2 Rp. auf einen bestimmten Termin eintreten zu lassen. Natürlich ist Einigkeit vor allem vonnöten und diese soll entweder mit Güte oder dann aber mit Gewalt (!) erstrebt werden.

In der Versammlung herrschte anfänglich keine animierte Stimmung für einen Aufschlag. Man war wohl der Ansicht, daß ein Aufschlag durchaus geboten sei, aber man wollte nicht an die Einigkeit der Engrosmilchhändler, noch weniger an diejenige der Kleinverkäufer glauben. Sodann sind um Zürich herum viele Landwirte, die ihre Milch in die Stadt führen und die sowieso nicht mitmachen werden. Es wurde in der ganzen Sache sehr viel geredet.

Schließlich erklärte sich die Versammlung mit dem Milchaufschlag auf 22 Rp. einverstanden und auch damit, daß dieser Aufschlag mit 1. Mai in Kraft treten solle. Um die Durchführung dieses Beschlusses zu sichern, wurde der Vorstand des Grossistenverbandes beauftragt, die einzelnen Milchhändler, die in der Stadt an Abonnenten Milch abgeben, durch Unterschrift zu verpflichten, diesen Beschluß aufrecht zu erhalten.

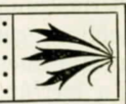
Die Milchkonsumenten in Zürich werden sich vermutlich die beschlossene Verteuerung der Milch nicht ohne weiteres gefallen lassen wollen. Hoffentlich werden auch Mittel und Wege gefunden, um den gewalttätigen Milchgrossisten einen Strich durch die Rechnung zu machen. Die genossenschaftliche Organisation des Milchkonsums, die in Basel zum unbestrittenen Segen der Bevölkerung bald 20 Jahre besteht, sollte auch in Zürich kein Ding der Unmöglichkeit sein. Wer ergreift die Initiative in dieser wichtigen Angelegenheit?

Zur Notlage der Landwirtschaft. In einem „Thurgauer Brief", den der Bund in seiner No. vom 23. März veröffentlicht, ist folgendes zu lesen:

Abgesehen von dem günstigen Einfluß, den man sich vom neuen Zolltarif für die Zukunft verspricht, erfreut sich die thurgauische Landwirtschaft schon jetzt eines guten Gedeihens. Welche Bedeutung insbesondere die Milchwirtschaft für unsern Kanton erlangt hat, mag man aus folgendem Passus des Berichtes über die im Jahre 1902 vorgenommene Käsereiinspektion ersehen: „Das täglich in die Käsereien gelieferte Milchquantum beträgt 154,320 kg. oder jährlich 56,326,800 kg., welches zu dem Durchschnittspreis von 13 3/4 Rp. per kg. einen Wert von Fr. 7,744,935 ausmacht. Im Kanton stehen in Betrieb: Zwei Käsereien mit täglich über 3000, drei mit über 2000, 59 mit über 1000, acht mit 1000, 72 mit 500—1000 und 12 mit täglich unter 500 kg. In weitaus den meisten Käsereien wird ein Milchquantum von 800—1200 kg. verarbeitet." Angesichts der andauernd hohen Käsepreise wird für dieses Frühjahr ein weiteres Steigen des Milchpreises um 1 Rp. per Kilo erwartet, wie denn auch schon Kaufabschlüsse um 14 bis 14,5 Rp. per Kilo ergangen sind.



Aus unserer Bewegung.



Konferenz des II. Kreises. Die nächste Kreiskonferenz findet am 19. April in St. Georgen statt, worauf wir schon heute aufmerksam machen. Die näheren Bekanntmachungen darüber folgen in einer späteren Nummer dieses Blattes.

Der Vorort des II. Kreises: Konsumverein Flawil.

Konferenz des VII. Kreises. (Korresp. vom 23. März.) Die gestern in Oberwil stattgefundene Kreiskonferenz erfreute sich eines recht guten Besuchs. Außer Ormalingen und Delsberg waren alle Verbandsvereine durch einen oder mehrere Delegierte vertreten. Die Zahl der Delegierten betrug 40. Vom Verband waren die Herren Verwalter Beriger und Jäggi erschienen.

Nachdem Herr Dir. E. Heinis die Konferenz um 11 Uhr mit einigen Worten eröffnet hatte, referierte Herr Verwalter Beriger sodann in einläßlicher Weise über die veränderte innere Organisation des Verbandes, über die Einführung des neuesten Geschäftszweiges: die Manufakturwaren und sodann über die Preisbewegung diverser Warensorten, so namentlich über Kaffee, Zucker, Schweinefett, Petrol, Teigwaren 2c. Allgemein interessiert haben die Mitteilungen des Herrn Beriger über das rumänische Petrol, das einige Franken billiger ist als das amerikanische, letzterem punkto Leuchtkraft absolut nicht nachstehen soll, dagegen einen intensiveren Geruch verbreitet. Immerhin würde es sich lohnen, wenn die einzelnen Vereine versuchsweise einige Faß bestellen und die bezüglichen Erfahrungen dem Vorort mitteilen würden, der sie seinerseits wieder in diesem Organ veröffentlichen würde. Auf diese Weise würde man ein sichereres Urteil über dieses Petrol erhalten. Wir möchten die Vereine ersuchen, diesem Wunsch, der ja kein Risiko in sich schließt, nachzukommen und dem Konsumverein Liestal als Vorort bis zum 20. April hierüber Bericht zu erstatten.

Die Beschaffung von Mehl, worüber Herr Nationalrat Gschwind referierte, wurde an die schon früher bestimmte Kommission zur nähern Prüfung und Berichterstattung zurückgewiesen. Diese Kommission besteht aus den Vereinen Basel, Birsfelden, Maisprach, Oberwil und Rheinfelden, die je einen Vertreter zu delegieren haben, sowie aus dem Bureau und einem Vertreter des Verbandes. Näheres läßt sich heute über dieses Traktandum nicht sagen, da die ganze Frage noch nicht abgeklärt ist.

Die Diskussion über das Referat des Herrn Beriger, die nach dem Mittagessen erfolgte, brachte verschiedenes, das auch in andern Kreiskonferenzen verhandelt werden sollte. Der Vertreter von Liestal machte auf das Gebahren der Grossisten aufmerksam, die auf der einen Seite herzlich gerne mit den Konsumvereinen arbeiten, auf der andern Seite aber den am gleichen Orte domizilierten Konsumvereinen keine Ware abgeben. Diese Tatsache wurde durch folgendes Beispiel illustriert: Dem Konsumverein Liestal war vergangenen Winter eines Tages das Petrol ausgegangen und er wandte sich dann an eine dortige Firma, von der er wußte, daß sie Lieferant diverser Konsumvereine sei, mit dem Ersuchen, ihm aus der Verlegenheit zu helfen. Und wer nein sagte, war die angefragte Firma. Dieses Vorgehen der Firma erregte allgemein Unwillen, und es wurde der Wunsch ausgesprochen, daß durch den „Schweiz. Konsumverein" solche Firmen den Verwaltungen der einzelnen Konsumvereine bekannt gemacht werden sollen. Wie die einzelnen Vereine immer und immer wieder in ihren Zeitungen ihre Mitglieder ermuntern, daß sie möglichst alles bei ihnen beziehen, so müssen diese Vereine dann auch suchen, möglichst alles durch den Verband zu beziehen. Das ist die Konsequenz davon. Und wenn die Vereine dies tun, so wahren sie damit nur ihre ureigensten Interessen!

Im weitern wurde noch der Wunsch ausgesprochen, daß der Verband auch die Merceriewaren in seinen Bereich ziehe. Der Verband wird diese Frage prüfen und an der nächsten Konferenz, die in Birsfelden stattfinden soll, Bericht erstatten.

Damit waren die Traktanden erledigt. Nach einem kurzen Blick auf die Warenausstellung, die infolge des einladenden Wetters nicht die ihr gebührende Aufmerksamkeit fand, besichtigte man unter Führung des Herrn Nationalrats Gschwind die verschiedenen Institutionen des Oberwiler Konsumvereins. Dieser Verein steht jedenfalls punkto Produktion weit voran. Wenn manche Betriebe ihm auch Enttäuschungen brachten, so hat er doch anderseits die Genugtuung, nichts unversucht gelassen zu haben, das in den Bereich seiner Tätigkeit hätte gezogen werden können. Neben Enttäuschungen hat er aber auch Erfolge erzielt, die erst einer spätern Generation in ihrem vollen Umfange zu gute kommen werden.

Ebnat. Der Konsumverein hat vom Ueberschuß Fr. 3000 als Spezialreserve zur Tilgung der Obligationen in Berechnung gebracht und nicht Fr. 300, wie irrtümlich in unserm kurzen Bericht der letzten Nummer zu lesen war.

Jona. Der Vorstand der Konsumgenossenschaft Jona unterbreitet der Generalversammlung einen Auszug aus der am 28. Dezember 1902 abgeschlossenen 23. Betriebsrechnung. Das Ergebnis des Rechnungsabschlusses ist ein recht befriedigendes. Der Warenumsatz hat seit Bestehen der Genossenschaft die höchste Summe (Fr. 53,609.97) er-

reicht, obschon die Mitgliederzahl (116) gegenüber den letzten Betriebsrechnungen konstant geblieben ist, woraus man ersehen kann, daß die Mitglieder ihre täglichen Bedürfnißartikel immer fleißiger bei der Genossenschaft beziehen. Bezüglich des Warenumsatzes ist noch ein vermehrter Verkehr in Tuch- und Schuhwaren zu verzeichnen und es steht zu hoffen, daß dieser Zustand im Interesse eines jeden Warenbezügers als auch der Genossenschaft von Dauer sei.

Es wurde die Rückvergütung pro Fr. 100 Warenbezug auf 9 Franken festgesetzt, ferner dem Liegenschaftskonto, indem derselbe durch Einführung des elektr. Lichtes ziemlich gestiegen, zur Abschreibung Fr. 350 zugeteilt und ein Betrag von Fr. 203.73 auf neue Rechnung vorgetragen. Die Installation des elektr. Lichtes kam etwas höher, als veranschlagt, zu stehen, was sich dadurch erklären läßt, daß alles solid ausgeführt wurde. Die Beleuchtungsart erwies sich übrigens für die Laden- und Magazin-Räumlichkeiten als bequem, reinlich und feuersicher, so daß sich die Kostspieligkeit wohl rechtfertigt.

Laufenburg. Der Bericht über das dritte Geschäftsjahr des Arbeiter-Konsumvereins ist erschienen. Die Zahl der Mitglieder stieg im Laufe des Jahres 1902 von 123 auf 139. Der Umsatz pro 1902 beträgt Fr. 25,118.94, was einen Mehrumsatz von rund Fr. 8000 gegenüber dem Vorjahre ausmacht. Der Genossenschaftsrat empfiehlt der Generalversammlung eine Rückvergütung von 5 % auf die Warenbezüge zu gewähren. Schließlich sei noch erwähnt, daß als neue Zweige Mercerie-, Bonneterie- und Wurstwaren eingeführt wurden, welche sich eines befriedigenden Zuspruches erfreuen.

Nieder-Gerlafingen. (M.-Koresp.) Die 11. Rechnung der hiesigen Konsumgenossenschaft erzeigt bei einem Umsatz von Fr. 161,366. 85 einen Ueberschuß von Fr. 22,244. 85.

Ersterer hat sich gegenüber dem Vorjahr um Fr. 14,522. 20 vermehrt und die Mitgliederzahl ist von 226 im Vorjahre auf 245 gestiegen. Von diesen 245 Mitgliedern haben bezogen:

8	Mitglieder	für Fr.	100— 200
38	„	„ „	200— 300
45	„	„ „	300— 400
40	„	„ „	400— 500
38	„	„ „	500— 600
22	„	„ „	600— 700
16	„	„ „	700— 800
15	„	„ „	800— 900
9	„	„ „	900—1000
7	„	„ „	1000—1100
4	„	„ „	1100—1200
3	„	„ „	1200—1300
4	„	„ „	1500—1600
1	„	„ „	1800—1900

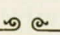
Im Durchschnitt wurde per Mitglied bezogen für Fr. 580. Die am 22. März stattgefundene Generalversammlung beschloß eine Rückvergütung von 15 % an Mitglieder und 7½ % an Nichtmitglieder; zu gemeinnützigen Zwecken wurden Fr. 200 ausgeworfen und dem Reservefond Fr. 1000 zugewiesen. Mit dem Verband wurden zwei Zuckerkäufe von je 10,000 kg. abgeschlossen.

Ober-Entfelden. Dem 4. Rechenschaftsbericht des Konsumvereins Ober-Entfelden über die Geschäftsführung im Jahre 1902 entnehmen wir die Tatsache, daß sich der Verein in erfreulicher Weise auf solider Grundlage weiter entwickelt hat. Die Zahl der Mitglieder stieg von 116 auf 140. Der Warenverkauf beträgt Fr. 54,168. 62, wovon Fr. 27,772. 81 gegen Marken und Fr. 26,395 gegen bar bezogen wurden. Da der Warenverkauf im Jahre 1901 nur Fr. 44,871. 79 betrug, so ist eine Vermehrung von Fr. 9296. 83 eingetreten. Vom Betriebsüberschuß (Fr. 4430. 27) wird eine Rückvergütung im Betrage von Fr. 2785. 98 an die Mitglieder ausbezahlt werden, was 10 % des Markenbezuges gleich kommt.

Winterthur. Der Verwaltungsrat des Konsumvereins erstattet den Geschäftsbericht pro 1902. Das abgelaufene Geschäftsjahr kann im allgemeinen als ein gutes angesehen werden, da trotz andauernder ungünstiger Geschäfts- und Erwerbsverhältnisse ein mäßiger Fortschritt, sowohl nach dem Gesamtumsatz, als auch nach der Zahl der konsumierenden Mitglieder hin zu verzeichnen ist. Der Gesamtverkehr stieg von Fr. 266,234.02 im Jahr 1901 auf Fr. 320,686.72 im Jahr 1902; er zeigt also eine Vermehrung von Fr. 54,452.70, woran hauptsächlich das Milchgeschäft und das Brennmaterialiengeschäft beteiligt sind. Aber auch die übrigen Geschäftszweige weisen Zunahmen im Umsatz auf. Die Zahl der Mitglieder stieg von 780 auf 888, was aufs neue beweist, daß die Genossenschaft trotz aller Anfeindung sich ihren Weg unaufhaltsam in alle Schichten der Bevölkerung bahnt und die Mitglieder den Wert des genossenschaftlichen Zusammenschlusses zu schätzen wissen. Der durchschnittliche Konsum eines Mitgliedes beträgt Fr. 227. Dem Bericht zufolge bewegt sich der Betriebsüberschuß noch in bescheidenen Grenzen. Der Grund hierfür liegt in der Hauptsache in dem Umstand, daß das ganze Jahr hindurch zu sehr niedrigen Preisen abgegeben wurde, was auch angesichts der gegenwärtigen Krisenperiode als durchaus gerechtfertigt erscheint. Damit leistete der Verein nicht nur seinen Mitgliedern, sondern der gesamten Bevölkerung einen wesentlichen Dienst, weil so die Preisansätze des Konsumvereins den Markt regulierten und die Konkurrenz nötigten, ebenfalls mäßige Preise einzuhalten. Die Befolgung dieses Grundsatzes beeinflußte natürlich das Rechnungsresultat ungünstig, so daß der Verein mit dem Betriebsüberschuß von Fr. 13,806.80 wohl zufrieden sein kann. Gemäß den Bestimmungen des § 16 der Statuten, beantragt der Verwaltungsrat Fr. 3887.70 für Abschreibungen auf Mobilien und Immobilien zu verwenden. Von den verbleibenden Fr. 9919.60 fallen Fr. 1983.80 in den Reservefonds, je Fr. 595.95 kommen in den Dispositionsfonds und zur Verteilung an die Angestellten, während der Rest von Fr. 6943.40 als Rückvergütung den Mitgliedern bezahlt werden kann. Der Verwaltungsrat schlägt daher vor, für die gegen Barzahlung gemachten Einkäufe eine Rückvergütung von 6 % auszurichten und 4 ½ Prozent für die Bezüge auf Kredit. Da hierfür der verfügbare Betrag nicht ganz ausreicht, so soll ein allfälliger Mehrbedarf dem Dispositionsfonds entnommen werden.



Briefkasten der Redaktion.





An die Redaktion des Spezereihandels. Wenn Sie glauben, uns den verkrachten Konsumverein „Helvetia“ an die Rockschöße hängen zu können, so irren Sie. Wir haben uns stets dieser Genossenschaft gegenüber ablehnend verhalten, was Sie übrigens wissen sollten, wenn Sie darauf Anspruch machen, über das schweizerische Kon umvereinswesen orientiert zu sein und dasselbe kritisieren wollen. Uebrigens ließe sich leicht feststellen, daß auf einen verkrachten Konsumverein mindestens 50 verkrachte Spezereihändler kommen, und es ist somit sehr fraglich, ob die Spezierer nicht viel häufiger als Konsumvereine gemachte Schulden nicht bezahlen.

Ihre übrigen Auslassungen beweisen uns nur, daß unser Artikel „Die Spezierer als Halbgötter“, der im Genossenschaftlichen Volksblatt erschien, „gesessen“ hat. Vielleicht kommen Sie noch zur Einsicht, daß selbst die Vertretung der Interessen der Spezierer noch etwas mehr erfordert als Aufschneiderei und Lobhudelei. Von diesem Standpunkte begrüßen wir ebenfalls Ihr Preisausschreiben über die Frage: Was wünscht der Spezereihändler in seinem Fachblatt zu lesen? als sehr zeitgemäß und als ein Zeichen der Selbsterkenntniß. Soviel ist jedenfalls sicher: Alle Schimpfereien über die Konsumvereine in Ihrem Blatte werden die Lage der Spezereihändler nicht um einen Deut verbessern.

Le Coopérateur suisse.

La question des 2 litres.

Elle occupe maintenant les Chambres fédérales, elle occupera prochainement le peuple suisse appelé à se prononcer sur la modification à la constitution proposée par l'assemblée fédérale.

Nous reviendrons sur cette question. Nous voulons aujourd'hui établir ce dont il s'agit, car même de grands journaux ont commis à ce sujet de nombreuses erreurs.

L'article constitutionnel 32 bis établissant le monopole de l'alcool, autorise les cantons à légiférer sur la vente par quantités de moins de 2 litres des boissons alcooliques non distillées.

Plusieurs cantons n'ont pas fait usage de cette faculté. La vente à l'emporté des boissons alcooliques est libre.

La majorité des cantons, en revanche, exige des personnes qui vendent à l'emporté par quantité de moins de 2 litres soit une patente d'auberge, soit une patente spéciale. Conformément à la Constitution fédérale la vente à l'emporté par quantités de 2 litres et plus est libre.

C'est cette limite qu'il s'agit de changer en l'élevant à 10 litres.

A la suite de cette revision les cantons qui légifèrent sur la vente par moins de deux litres transformeraient peut-être leur législation particulière, en exigeant une patente pour la vente au-dessous de 10 litres. Ce serait, si la patente est forte, la suppression complète de la vente à l'emporté. Si la patente n'est pas trop onéreuse, il est probable que les détaillants préfèreraient la payer. Ils y gagneraient de pouvoir vendre désormais non plus par deux litres à la fois seulement mais par litre, demi-litre et décilitre.

Pour les cantons où la vente à l'emporté est libre ou quasi telle il n'y aurait rien de changer à la situation.

En somme ce serait réserver le bénéfice de la vente à l'emporté aux cafés et aux *gros* détaillants, au détriment des *petits* détaillants.

La Lithographie Parisienne.

(Nous tirons de l'Almanach de la Coopérative française, une brochure que nous recommandons à tous nos lecteurs, ce bel exemple de persévérance et de sacrifice en faveur de la coopération.)

Tous les ennemis de la Coopération trouvent un motif facile d'ironie et de mépris dans les échecs douloureux et trop fréquents auxquels ont abouti les tentatives de coopération. Ils ne savent que rire des insuccès causés par l'ignorance commerciale ou le manque d'honnêteté de certains hommes, comme si la Coopération pouvait être rendue responsable du défaut d'habileté commerciale d'ouvriers mis brusquement à la tête d'entreprises considérables ou des défaillances de conscience de certains hommes ayant gardé l'égoïsme qui caractérise les hommes en général. Il est réconfortant de pouvoir citer des exemples — et heureusement ces exemples sont nombreux — de coopérateurs convaincus ayant su se dévouer au succès de cette œuvre si belle qui consiste dans l'émancipation de leurs semblables.

Et tout d'abord se présente à nous le nom de M. Romanet, le directeur de la Société *la Lithographie parisienne*.

Lorsque cette Société fut créée, ses fondateurs la constituèrent pour trente ans, sous la forme d'une Société en commandite à l'égard des associés et en nom collectif à l'égard du gérant, de telle sorte que tout le poids des responsabilités retombait sur le gérant.

Cette création fut la suite d'une grève, dont les patrons lithographes profitèrent pour se débarrasser d'une Société de résistance qui les gênait. Au commencement de 1866, trente ouvriers, proscrits des ateliers patronaux, se cotisaient et réunissaient un modeste capital de 6,000 francs, qui leur permettait d'acheter le brevet d'imprimeur, alors indispensable pour s'établir, et une petite maison munie d'un matériel insuffisant. L'association était fondée au capital de 200,000 francs, représenté par 200 actions de 1,000 francs. Chaque sociétaire ne pouvait en posséder qu'une; pour l'acquérir, il n'y avait qu'un premier versement de 10 francs à opérer. Le complément s'effectuait au moyen de cotisations hebdomadaires de 2 francs.

Il y eut bientôt 300 sociétaires; mais toutes les règles de la prudence et de la bonne comptabilité furent négligées. Les versements hebdomadaires se firent irrégulièrement; puis l'inexpérience commerciale se fit sentir. La Société fut déclarée en faillite en 1870, deux mois avant la déclaration de guerre. Le passif s'élevait à 95,000 francs.

Les malheureux ouvriers, ainsi cruellement éprouvés, ne se découragent pas. Ils obtiennent leur concordat, en promettant de payer 100 pour 100 en cinq ans.

Les deux années qui suivirent, 1870 et 1871, ne contribuèrent pas à relever la Société, que 231 associés abandonnèrent. A ces désillusionnés cependant, on tint compte de leurs versements qui s'élevaient à 25,000 francs environ, bien que la loi n'y obligeât nullement la Société. Mais la première règle de la Coopération est l'honnêteté, l'honnêteté exagérée et fière.

Les abandonnés se remettent courageusement à l'ouvrage. Le crédit leur manque et leur audace rencontre mille obstacles à vaincre. Ils abandonnent leurs salaires et se contentent d'un acompte de 15 francs par semaine, alors qu'ils ont femme et enfants!

Voilà l'éducation coopérative! Et cet exemple me rappelle un exemple non moins noble d'un verrier d'Albi, qui, lorsque la faim pressait sa famille, décrochait son fusil et sifflait son chien famélique pour abattre le gibier qui devait figurer dans son festin hypothétique. Le plus souvent, il devait se contenter de pommes de terre cuites sous la cendre. Le pain même manquait. Mais, grâce à ces privations, la verrerie d'Albi s'édifiait sous la main de verriers sans travail, transformés pour la circonstance en maçons laborieux.

En 1874, la dette était réduite à 56,000 francs; mais une transformation du matériel s'imposait. Les coopérateurs lithographes n'avaient encore que des presses à bras; il leur fallait, sous peine de sombrer à nouveau, se procurer des machines mues par la vapeur. Grâce à la confiance que leur prêtèrent deux ouvriers mécaniciens qui venaient de s'établir, cette installation put être faite. Ces braves gens acceptèrent des valeurs en paiement. Ces valeurs durent être plusieurs fois renouvelées.

La transformation du matériel permit aux associés de se libérer. En 1878, ils ne devaient plus rien aux créanciers de la faillite.

Mais la fatalité planait sur la Société. Ces ouvriers, qui rêvaient de s'émanciper, devaient payer plus cher encore leur émancipation.

Cette même année, ils entrent en relation avec un représentant d'origine anglaise qui, pendant quatre ans, leur procure de très belles affaires en Angleterre, — c'était le sauveur. — On lui accorda une confiance illimitée. Il persuada aux coopérateurs que tous les travaux qu'ils produisaient pour l'Angleterre étaient revendus en Amérique. N'était-il pas plus simple de produire directement pour l'Amérique? Pendant plus d'un an, l'atelier coopératif fut employé à fabriquer des cartes de Noël et du Jour de l'an pour la somme considérable de 213,000 fr. Des emprunts furent émis pour cette grande tentative.

Les parents, les associés, les fournisseurs mirent dans l'entreprise toutes leurs économies. Le succès était assuré! — Ce fut un désastre. Après deux voyages très coûteux en Amérique, le commissionnaire revint avec 40,000 francs de commissions, alors qu'on avait compté sur 300,000 francs et qu'on avait épuisé tout crédit.

„De ce jour, dit M. Romanet, dans son récit qui est comme un poignant journal de bord après un naufrage, de ce jour commença ce que je pourrais appeler mon calvaire commercial. La majorité de ceux qui m'avaient obligé me jetèrent la pierre; plusieurs auraient voulu être remboursés avant le dénouement final qu'ils pressentaient: ce que je ne pouvais faire et c'est là ce que certains amis n'ont jamais voulu me pardonner."

La deuxième faillite fut déclarée au mois d'août 1884 et le concordat accordé à ces malheureux ouvriers, moyennant la promesse de payer intégralement en dix ans.

Allaient-ils se décourager? Ce serait bien peu connaître ce que la Coopération peut faire surgir dans l'âme de braves gens. Ils n'en voulurent pas à leur directeur, ils le maintinrent à leur tête. Dans les délais prescrits, la dette de 350,000 francs était effacée. Au commencement de 1895, tous les créanciers étaient intégralement remboursés. — Bientôt, la réhabilitation était obtenue, grâce à l'entremise de M. Deschanel.

Et le 29 mai 1898, dans un banquet, sous la présidence de M. Deschanel, tous les amis de la Coopération félicitaient M. Romanet et ses compagnons de lutte, de leur courage et de leur succès.

Depuis lors, la Société *la Lithographie parisienne* n'a fait que prospérer. — Au lieu de la forme commanditaire, elle a pris la forme anonyme et le nombre de ses membres s'est élevé à 120.

Depuis 1896, date à laquelle expirait le premier contrat d'association, la Société a fait un chiffre d'affaires de 2,382,340 francs, qui a produit un bénéfice de 195,460 fr. 60. soit 8.20 % du capital. Ce qui est un beau résultat, puisqu'on paye encore à tout le capital un intérêt de 5 %, prélevé avant tout bénéfice.

Ces 195,460 fr. 60 de bénéfices sont ainsi répartis:

Caisse de réserve	53,158 f.	25
— retraite	39,090	95
— prévoyance	8,341	95
Administration	16,684	05
Travailleurs et auxiliaires	39,092	70
Actions	39,092	70
	195,460	60

Depuis cette année, les statuts ont été modifiés, de façon à laisser davantage à la Caisse de réserve et à ne donner aux administrateurs que des jetons de présence de 2 francs, au lieu des 8 % sur les bénéfices qu'ils recevaient auparavant.

Comme on le voit, *la Lithographie parisienne* n'a plus à craindre une troisième faillite.

Léon de Seilhac.

Notre mouvement en Suisse.

Conférence du VIIme arrondissement à Oberwyl.

Cette conférence comprenait 40 délégués représentant 12 des 14 sociétés de Bâle et des environs, plus la coopérative nouvellement créée à Magden. Elle était présidée par M. Heinis de Liestal. Les délégués ont siégé à l'hôtel de la Couronne, propriété de la *Coopérative de production et de consommation du Birseck à Oberwyl.*

M. *Beriger* a rapporté sur le cours des marchandises les plus importantes et en particulier sur l'époque utile pour conclure les marchés de pétrole.

Le Conseiller national Geschwind a rapporté sur l'organisation coopérative de la meunerie. Son rapport a été approuvé et la commission nommée à Rheinfelden a été chargée de continuer l'étude de la question.

Dans la discussion générale provoquée par les rapports, les délégués ont été unanimes pour recommander des relations toujours plus étroites avec le Bureau central et une réduction correspondante des affaires avec les marchands de gros.

Le dîner très bien servi à la Couronne a été suivi d'une visite aux installations de la célèbre coopérative d'Oberwyl.

Les délégués ont admiré tour à tour les vastes caves, la tonnellerie, les entrepôts, la distillerie, la briquetterie de cette coopérative qui s'occupe aussi bien d'organiser la production que la consommation.

La tuilerie est installée sur une puissante couche d'excellente argile. Elle possède là de la matière première pour longtemps.

La boulangerie nouvelle et ses installations mécaniques, machines à pétrir, à battre les sacs, etc., a conquis les suffrages de tous les coopérateurs présents.

M. Geschwind, le fondateur de la coopérative du Birseck, a annoncé que l'association fêterait son premier jubilé décenaire par une grande fête populaire à laquelle toutes les coopératives des environs seront conviées. Le bruit court même qu'on représenterait en plein air une pièce coopérative populaire! Qui vivra verra.

La fête aurait lieu probablement en août.

Yverdon a eu son assemblée générale le jeudi 12 mars. Celle-ci a décidé de mettre 610 francs au fonds de réserve, 200 francs au fonds de construction, d'attribuer 50 francs à des œuvres de bienfaisance, 200 francs à l'installation des nouveaux locaux, enfin de restituer aux sociétaires 9 % de leurs achats et $4\frac{1}{2}$ % aux non-sociétaires.

Chose plus intéressante l'assemblée a décidé en principe la suppression de la vente au public, en laissant le comité juge du moment où cette mesure sera mise en vigueur.

Toutes nos félicitations à la coopérative d'Yverdon. Elle suit la voie du progrès.

Pensées.

Qui a un grand but devant les yeux, peut se passer de satisfactions immédiates; celui qu'une grande pensée rend fort, peut souffrir; celui qui attend peut tout supporter, le mépris, la calomnie, la méchanceté.

Adressentafel empfehlenswerter Bezugsquellen.

Anglo-Swiss Biscuit Co., Winterthur.
Vorzüglichste Bezugsquelle aller Sorten Biscuits.
Großartige Einrichtung für engl. Biscuits.
Unübertroffene Qualitäten. Vorteilhafteste Preise.

Bonbons- und Biscuitfabrik Schnebli, Baden,
liefert:
feinste haltbare Bonbons und schmackhafte Biscuits.
Lieferanten des Verbands Schweizerischer Konsumvereine.

Buchdruckerei des Schweiz. Typographenbundes, Basel,
Aeschenvorst. 34, Mitglied d. Schweiz. Genossenschaftsbundes, empfiehlt sich zur Herstellung aller Druckarbeiten. **Spezialität: Einkaufsbüchlein für Konsumvereine.** — Prompte Bedienung. Billige Preise.

Cellulose- & Papierfabrik Balsthal.
Verkaufsbüreau: Bareiß, Wieland & Co., Zürich. — Spezialitäten: Balsthaler Pergament- u. Packpapiere für Lebens- u. Genußmittel. Balsthaler Geschäfts- u. Aktencouverts. — Closetpapiere.

F. J. Burrus
Boncourt (Schweiz) — St. Kreuz (Elsaß)
Tabak-, Cigarren- und Cigaretten-Fabrik
Spezialitäten in türkischen Cigarettentabak.

Genossenschafts-Cigarrenfabrik Helvetia in Burg bei Menziken empfiehlt den tit. Konsumvereinen ihre Spezialmarken in Flora, Habana, Virgine, Bresil. Rio Grande flora fine, Noncoupes, Edelweiß. Großes Lager in Cigarren Deutscher Façon.

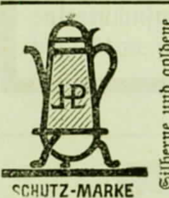
Hediger & Cie., Cigarrenfabrik, **Reinach** (Aargau).
Spezialmarken Habana, Indiana, Brillant, allgemein beliebte **Marke „Flora"** von vorzüglicher Qualität.
Großes Lager in Cigarren deutscher Façon und mit Kielspitzen.

Schürch & Co. Burgdorf, Tabak-, Cigarren- u. Essenzfabrik
Hervorragende Spezialität: Burgdorfer-Bouts, Flor de Cuba, Palma, Manilla. Vorzügliche Sorten Tabak, offen und in Paketen.
Zucker- und Kaffee-Essenz anerkannt bester und haltbarster Qualität.

Vautier Frères & Cie. à Grandson,
Manufacture de cigares, cigarettes et tabacs.
Maison fondée en 1832.

Conservenfabrik Seethal, A.-G., Seon (Aargau).
Feinste Confituren.
Gelées, Sirupe, eingemachte Früchte, Ia Erbsen- & Bohnen-Conserven, Cornichons, Früchte im Essig, Tomatenpurée, Sauerkraut, Sauerrüben.
— Anerkannt beste Qualitäten. —
Für Konsumvereine Extra-Begünstigungen.

Mech. Faßfabriken A.-G., Zürich u. Rheinfelden
100 Arbeiter. Größtes Holzlager.
Stets Lager in Weinfässern von 30—350 Liter.
Feinste Referenzen für gelieferte Lagerfässer.
Lieferanten vieler Konsumvereine.



Silberne und goldene Medaillen.

Helvetia
Cichorien-, Kaffee- & Zucker-Essenz
Senffabrikation — Gewürzmühle
Fabriken in
Langenthal, Lotzwyl, Pratteln.

Schweiz. Kindermehl-Fabrik Bern.
GALACTINA Kindermehl enthält beste Alpenmilch.
Vollkommene, ärztlich empfohlene Kindernahrung.
20jährig. Erfolg. 13 Grands Prix. 21 gold. Medaillen.

M. Herz, Präservenfabrik, Lachen a. Zürichsee.
Nervin, — Haferprodukte, — Suppeneinlagen, — Dörrgemüse, **Fleischbrühsuppenrollen,** Erbs- und Bohnenwurstsuppe.

Malzfabrik und Hafermühle Solothurn.
Kathreiner's Malzkaffee,
Sämtliche Haferprodukte,
Kinderhafermehl in Schachteln, Marke „Herkules".
Weinessig, rot und weiß.

Nahrungsmittelfabriken C. H. Knorr, A.-G., St. Margrethen (Ktn. St. Gallen). — Spezialitäten: Haferpräparate, Suppenmehle, getrocknete Suppenkräuter (Julienne), Schneidebohnen, sowie sämtliche übrigen Gemüsesorten. — Suppentafeln. — Erbswurst.

Müller & Bernhard, Chur.
Chocolat — Cacao
Beste Schweizer Milch-Chocolade
Reiner Hafer-Cacao, Marke Weißes Pferd.

Bertolf, Walz & Cie., Basel
Stearinkerzen- und Seifenfabrik.
Spezialität: Basilisk-Seife.
Nierenfett Marke ✚

Engler & Cie., Seifen- und Sodafabrik
in Lachen-Vonwyl bei St. Gallen.
Spezialitäten: Prima weiße Kernseife (Marke Schlüssel)
Fettlaugenmehl (Marke Schlüssel).

„Dr. Lincks Fettlaugen-Mehl"
bewährt als bestes, im Gebrauche billigstes Waschmittel.
Zu beziehen durch den
Verband schweizer. Konsumvereine

Carl Schuler & Cie., Kreuzlingen u. Tägerweilen,
Fabrikation v. Seifen, Soda u. chem.-techn. Produkte.
Spezialitäten: Schulers Salmiak-Terpentin-Waschpulver, — Schulers Goldseife, Savon d'or, — Schulers Bleichschmierseife.

Seifenfabriken von Friedrich Steinfels, A.-G.,
in Zürich.
Haushaltungs-, Toiletteseifen und Parfumerien aller Art.

Sträuli & Co., Winterthur,
Seifen-, Soda-, und Stearinkerzen-Fabrik.
Alleinfabrikanten von
„Sträuli's Gemahlener Seife".

Hoffmann's Stärkefabriken, Salzuflen (Lippe).
Aktiengesellschaft.
Marke „Katze", Marke „Jungfrau", garantiert reinste Reisamlung.
Hoffmann's Crêmestärke, Hoffmann's Silberglanzstärke.

Remy's Stärkefabriken in Wygmael, Heerdt, Gaillon;
tägliche Produktion 80,000 Kilos.
Marken „Löwenkopf", Königs und Jungfrau.
Garantiert reinste Reisstärke.

Basler Wichsefabrik Jos. Böhm, vorm. M. Moos-Grellinger, Basel.
Bodenwichse (Elephant), Siral (Schnellglanzwichse und Lederfett zugleich), Putzpomade, Tinten.

F. L. Cailler's Milch-Chocolade
anerkannt die beste.

A. Sutter, vorm. Sutter-Krauß & Cie., **Oberhofen,** Thurgau.
Schnellglanzwichse, Lederfett, Lederappretur, Ledercrême, Brillantine-Wichse; überhaupt sämtl. zur Conservierung d. Leders (sowohl schwarz wie farbig) u. Glanzerzeugung auf demselben dienenden Präparate.

A. Sutter, vorm. Sutter-Krauß & Cie., **Oberhofen,** Thurgau.
Essigsprit und Weinessig,
ausschließlich durch Gährung aus Alkohol oder Naturwein erzeugt.

F. Tanner & Cie., Frauenfeld, Tannerin, Wagenfett, Lederfett, Lederappretur, Thürliftreiche, Bodenwichse, Schnellglanzwichse. Eid-Ledercrême, Huffett, Zweigwachs, Stickerwachs, Schwefelschnitten, Süßbrand, Bodenöl, Bodenlack, Metzgerharz ꝛc.

J. In-Albon-Lorenz,
Weinessig- und Weinsenf-Fabrik.
Lieferant des Tit. Verbands schweiz. Konsumvereine.
Für absolute Reinheit der Produkte biete volle Garantie.

Werner & Pfleiderer, Cannstatt (Württemberg).
Cannstatter Misch- und Knetmaschinen-Fabrik, Cannstatter Dampf-Backofen-Fabrik. — Spezialität: Einrichtung kompl. Bäckereien, Teigwaren- und Biscuit-Fabriken.

Das beste und billigste Waschmittel!
„LESSIVE PHENIX" von **Redard & Cie.** in **Morges**
ist vorzüglich zum waschen.

Hans Zumstein vormals **Aug. Karlen, Wimmis**
Zündwarenfabrik gegründet 1840. Spezialität: Ueberall entzündbare Brillant Zündhölzer bester Qualität, sehr haltbar, in soliden Cartonschachteln. Vorzügliche Sicherheitszündhölzer.

Actien-Gesellschaft Bürstenfabrik Triengen:
Beste Bezugsquelle für
Bürstenwaren und Reisbesen.

Adressentafel empfehlenswerter Bezugsquellen.

Hediger Söhne (Hediger fils) **Reinach**, Tabak- u. Cigarrenfabrik.
Hauptspezialität in Bouts: Berühmteste und verbreitetste Marke „Flora", ferner: La Palma, Cuba, Vegas Havane, ächte Mexikaner, Plantadores; **große Auswahl** in Cigarren **deutscher Façon**, sowie Tabak offen und in Paketen.

Zündholz- und Schiefertafel-Fabrik Kanderbrück-Frutigen
Erstes amtlich bewilligtes Zündholz „Marke Krone", phosphorfrei, überall entzündbar, geschwefelt und paraffiniert. Schülertafeln, Spieltafeln, Wandtafeln.

Papierwarenfabrik J. Steffen Söhne, Wolhusen.
Lieferung u. Fabrikation in allen Papiersäcken. Handarbeit. Papier- und Gummikragen Ia zu äußersten Preisen. Eigene Buchdruckerei und Buchbinderei. Einwickelpapiere in allen Größen und Qualitäten.

Ludwig Schwarz & Cie., Hamburg.
Direkter Import sämtlicher Sorten
China-, Ceylon-, Indischer und Java-Theen.

Tyroler Eigenbauweine
F. Fiorini, Mezolombardo.
Zu beziehen durch den Verband schweiz. Konsumvereine, Basel.

Schweiz. Zündholz- und Fettwaren-Fabrik G. Fischer, Fehraltorf. Gegr. 1860. Spezialitäten: Reform-Zündhölzer paraff. und geschwefelt, überall entzündbar, amtl. bewilligt; Phönix-Feueranzünder; Fisch-Wichse; Fisch-Lederfett; Bodenwichse 2c.; Speiseessig-Essenz 80% 2c.

Fabrik von Maggi's Nahrungsmitteln, Kemptal.
Etablissement I. Ranges.
MAGGI-Würze, Bouillon-Kapseln, Suppen-Rollen,
Ia. geröstetes Weizenmehl, Haferflocken, Schnittbohnen, Julienne 2c.

Max Weil, Nägeli & Cie. Nachfolger, **Kreuzlingen.**
Spezialität: Regina-Salmiak-Waschpulver mit originellen Geschenken, sowie Salvia-, Salmiak und Triumphwaschpulver; Fettlaugenmehl, Bodenöl, Eskimo-Schuhfett und Bläue in Kugeln und Pulver.

Flad & Burkhardt, Oerlikon,
Kochfettfabrik.

Weber Söhne, Menziken, Tabak- und Cigarrenfabrik.
Vorzügliche Boutsspezialitäten, wie: Rio Grande, La Rosa, Habanero, Diamant. Geschnittene Tabake offen und in Paketen. Verbreitetste Marke: Nationalkanaster.

Boßhard, Herrmann & Cie., Remismühle (Tößthal).
Spezialität: Bessere Waschpulver mit und ohne Geschenkbeilagen, Thranlederfett „Delphin", Schnellglanzwichse, Fußbodenglanz „Modern", Chlorkalk hermetisch verpackt, Feueranzünder, Metzgerharz, Zündhölzer 2c.

Seifenfabrik „Helvetia" Olten
Alleinige Produzentin der Sunlight- und Cordelia-Seife, von Helvetia-Seifen-Pulver, sowie der Toilettenseifen: Reine Berthe, Corail und Helvetia

---

Erste Actienbrennerei Basel und St. Ludwig
vormals Kühni & von Gonten
Fabrikation aller feinen Liqueurs, Syrups 2c.
— Großbetrieb. —

Bieler Stahlspähnefabrik
H. Kleinert & Cie. in Biel
Aechte Stahlspähne — Stahlwolle

Emil Manger, Basel,
Margarine-, Koch- und Speisefett-Fabrik mit Dampfbetrieb.
Größtes Etablissement dieser Branche in der Schweiz.
Lieferant des Verbands schweiz. Konsumvereine.

CONSERVENFABRIK LENZBURG
empfiehlt in bekannt bester Qualität
LENZBURGER Confituren, Fruchtsyrupe, Gelées,
LENZBURGER Erbsen, Bohnen, Tomaten, Cornichons,
LENZBURGER Delicatess-Sauerkraut, Sauerrüben.
Eigene Produktion des Rohmaterials. Vervollkommnetste Massenfabrikation und daher
— *Billigste Preise.* —

Seifenfabrik Gebrüder Schnyder & Cie., Biel.
Spezialitäten: Terpentinölseife, Marke: 3 Tannen,
Oelseifen, Marke: Le Vapeur, La Rose.
Schnyders Teigseife in Metallverpackung.

Schürch & Blohorn Solothurn
Fabrik für **geschnittene Rauchtabake** in allen möglichen Sorten, hell, dunkel, Grob- und Feinschnitt, offen und in Paqueten.
Einziges Etablissement der ganzen Schweiz für diese Spezialität.
Dampfbetrieb.

Karrer & Huber, chem. Fabrik, Horgen.
Luxin, Bodenwichse, Bodenöl, Lederfett, Huffett, Linoleum-Glanzmasse, sowie sämtliche zur Conservierung des Leders und Glanzerzeugung dienenden chemischen Produkte.

Versuchen Sie
CHOCOLAT KLAUS.

Wochen-Bericht

der
Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumvereine
mit beschränkter Haftung
zu
Hamburg.

Der von der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine herausgegebene Wochenbericht ist das **führende Fachblatt der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung.**

Der „Wochenbericht" erscheint wöchentlich in einem Umfange von 24 Seiten. Abonnementspreis für die Schweiz (einschließlich Zusendung unter Kreuzband) Mark 2.25 pro Quartal.

Zum Abonnement ladet ergebenst ein
Die Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumvereine
in **Hamburg** (Freihafen), Gröningerstraße 13/17. [19

Das „Genossenschaftliche Volksblatt"

Erscheint von Neujahr ab in vergrößertem Format.

ist die Zeitung der Zukunft.

hat eine Auflage von 55,000 Expl.

Abonnementspreis pro Monat 10 Cts.

wurde von den folgenden **48** Vereinen für sämtl. Mitglieder eingeführt:

Aadorf	Frauenfeld	Rheinfelden
Allmendingen	Freienstein-Rorbas	Roggwyl
Amrisweil	Kirchberg	Rorschach
Arbon	Kölliken	Rüti-Tann
Baar	Landquart-Fabriken	Safenwil
Baden	Langnau	Schaffhausen
Balsthal	Liestal	Schöftland
Basel	Luzern	Solothurn
Bern	Muttenz	Steffisburg
Biel	Mümliswil	St. Georgen
Biberist	Oberburg	Thalwil
Burgdorf	Olten	Töß
Chur	Papiermühle	Wald
Davos	Pratteln	Wallenstadt
Delsberg		Wetzikon
Dübendorf		Zofingen
Dürrenast		Zug

bietet **jedem Konsumverein** folgende Vorteile:

1. seinen Umsatz erheblich zu steigern,
2. für sich erfolgreich Propaganda zu machen,
3. seine Mitglieder zu treuen Genossenschaftern heranzubilden,
4. die Kaufkraft der Mitglieder in zweckmäßiger Weise auf neue Artikel zu lenken.

gewährt den Vereinen, deren Organ es ist, **das Recht unentgeltlicher Insertion** und zwar beim Abonnement

von 100— 500 Expl.	1/12	Seite,
„ 500—1000 „	1/8	„
„ 1000—2500 „	1/4	„
„ 2500—5000 „	1/2	„
über 5000 „	1/1	„

Allen Vereinen kann eine ganze Inseratenseite gegen Vergütung der Satzkosten zur Verfügung gestellt werden.

Verantwortlich für die Herausgabe: Dr. Hans Müller, für den Druck: **G. Krebs**, beide in Basel.